

Internet-Neuwagenportale setzen den Automobilhandel unter Druck

puls Studie bei 1.011 Autokäufern in Deutschland

von
puls Marktforschung GmbH
Dr. Konrad Weißner
21. Mai 2015

➔ **Stichprobe**
Personen, die den Kauf eines Fahrzeugs planen bzw. vor kurzem ein Fahrzeug gekauft haben.

n=1.011 repräsentative Interviews

➔ **Erhebungsmethode**
Online über den *puls* AutokäuferMonitor

➔ **Befragungszeitraum**
02.04. – 13.04.2015

➔ **Befragungsdauer**
ca. 10 Minuten

➔ **Konzeption, Durchführung und Empfehlungen**
puls Marktforschung GmbH
Schwaig b. Nürnberg



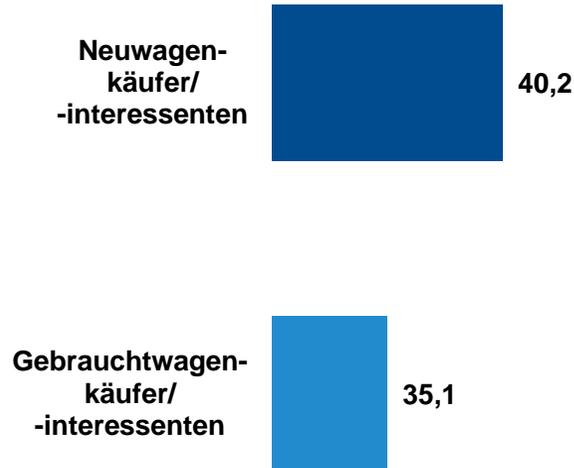
40 Prozent der Neuwagenkäufer haben sich im Zuge Ihres Fahrzeugkaufs ein Angebot bei Neuwagenportalen eingeholt.



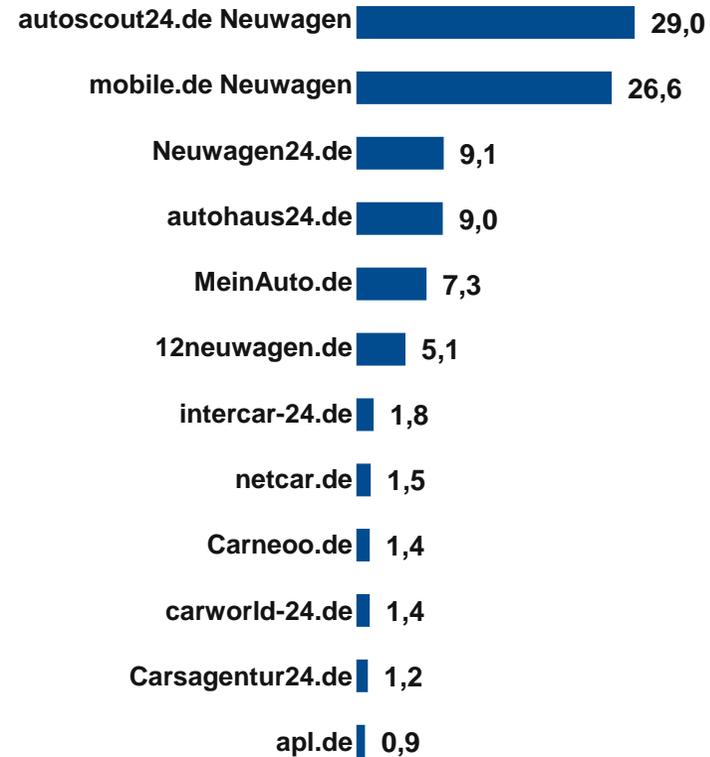
Nutzung von Neuwagenportalen

Haben Sie im Zuge Ihres Fahrzeugkaufs ein Angebot bei folgenden Neuwagenportalen eingeholt?

Antwort: Ja



Bei...

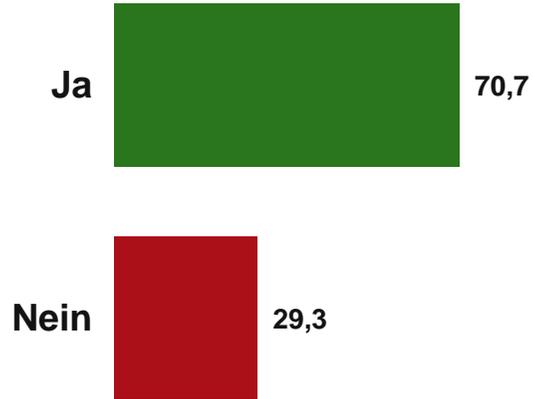


71 Prozent haben das Angebot des Neuwagenportals mit dem eines Händlers verglichen, besonders Personen mittleren Alters.



Vergleich Neuwagenportal vs. Händler

Haben Sie das Neuwagenportal-Angebot mit einem Neuwagen-Angebot eines Händlers verglichen?



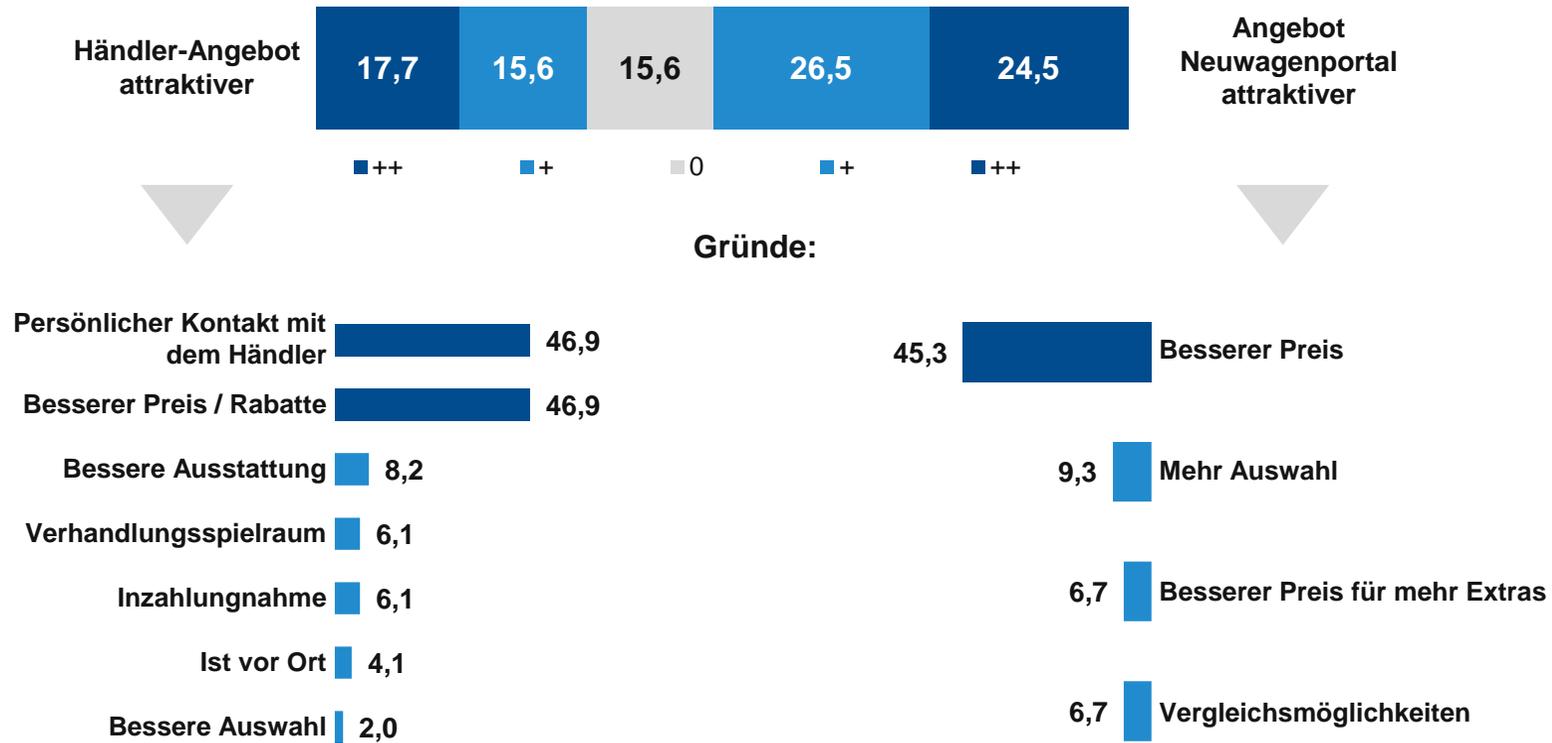
Alter+			Geschlecht	
<30J.	31-50J.	>50J.	W	M
67,8	74,7	69,6	62,5	73,1

Für 51 Prozent ist das Angebot des Neuwagenportals attraktiver.



Attraktiveres Angebot Neuwagenportal vs. Händler

Denken Sie bitte an das Angebot vom Neuwagenportal im Vergleich zum Angebot eines Autohändlers. Welches Angebot war für Sie alles in allem attraktiver?



Basis: n=147 (Neuwagenportal-Angebot mit dem Angebot eines Händlers verglichen) Angaben in %



Gründungsjahr:	1992
Feste Mitarbeiter:	20
Mitarbeiter Telefonstudio:	140
Firmensitz:	Schwaig bei Nürnberg

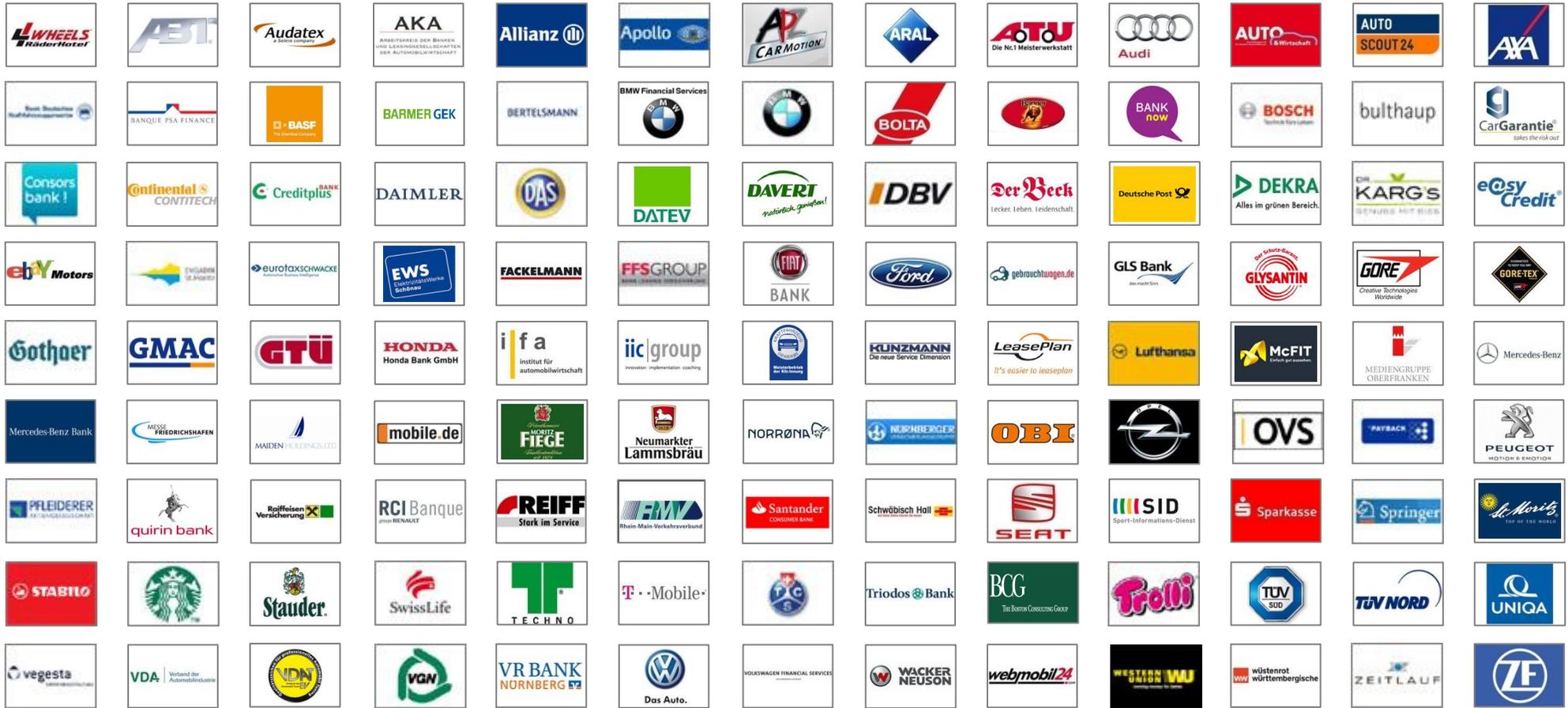
Kerngeschäft: Quantitative und qualitative Marktforschung

Ziel: *For Better Decisions*
Effiziente Marktforschung und
Empfehlungen für bessere Entscheidungen
und Strategien.

Aktive Mitgliedschaften:



Referenzen





Autohaus » Panel

Autohaus Online-Panel

Händler-Panel bei 1.600 Entscheidern in Autohäusern



AUTOHAUS
pulsSchlag

pulsSchlag

Monatliche Erhebung der Konjunktur- und Verkaufserwartungen der Autohäuser
(Seit 2000 in Kooperation mit der Fachzeitschrift AUTOHAUS)



SchwackeMarkenMonitor/ AUTOHAUS BankenMonitor/ AUTOHAUS VersicherungsMonitor

Jährliche Messungen der Händlerzufriedenheit mit Herstellern/Importeuren, Autobanken und Versicherungen.



Autokäuferpuls

Autokäuferpuls/ Autoflottenpuls

Markenübergreifende Befragung von monatlich 1.000 Autokäufern und 1.500 Autoflottenkunden (2x jährlich).



http://

Automotive WebScreening/ Google Trends

Analyse der Kundenbewertungen im Web 2.0 sowie der Google-Suchanfragen zu Automobilherstellern, Fahrzeugen, Autohäusern etc.

Automobilhersteller/ Händler	Sales Driver Analysen Markendifferenzierung, Händlerzufriedenheit, Local Hero Konzepte, Marktpotenziale, Kundenzufriedenheit, Analyse und Treiber der Kundenloyalität
Automobilvertrieb 3.0	Customer Journey- und Kundenkontaktpunktanalysen, Multi Channel-Strategien, Google-Insights, Erfolgsmessung von Facebook-Aktivitäten, Autokaufberater GenauMeinAuto
Autobanken/ Versicherungen	Händlerzufriedenheit / Beziehungsmanagement zu den Händlern, Customer Journey automobiler Finanzierungs- und Versicherungskunden
Mitarbeiter	Mitarbeiterbefragungen, Employer Branding Konzepte



puls Marktforschung GmbH

Röthenbacher Straße 2
90571 Schwaig bei Nürnberg

Telefon 0911-9535-400
Fax 0911-9535-404

info@puls-marktforschung.de
www.puls-marktforschung.de